

ABSTRAK

Lokasi, harga dan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pengguna jasa. Apabila lokasi, harga dan kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dikatakan baik dan memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada JNE Gunung Anyar Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di JNE Gunung Anyar Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan Aplikasi SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Perusahaan JNE diharapkan untuk memperhatikan strategi penetapan lokasi, harga dan kualitas pelayanan karena dapat mempengaruhi kepuasan pada pelanggannya.

Kata Kunci: lokasi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Location, price and service quality are the level of excellence which the service users expect. When the location, price and service quality are acceptable and based on the expectation; the service is considered good and satisfied. This research aimed to find out the effect of location, price and customers service quality of JNE Gunung Anyar, Surabaya. While, the population was all consumers or customers of JNE Gunung Anyar, Surabaya. Moreover, the sampling collection technique used non-probability sample with 100 respondents as sample. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS version 23.0.

The research result concluded location, price and service quality had positive and significant effect on customer satisfaction. While, the classical assumption test showed the test had fulfilled the criteria given. In brief, JNE company was expected to consider its decision of location, price and service quality which could affect on customers satisfaction.

Keywords: location, price, service quality and customer satisfaction.